

学校编号: 10384

学号: 17920071150500



分类号: _____ 密级 _____

UDC _____

廈門大學

碩 士 學 位 論 文

提升银泉汽车零部件出口竞争力的策略分析

Strategic Analysis on Improving Export Competitiveness of
Auto Spare Parts in Yinquan Company

李 机 灵

指导老师姓名: 戴亦一 教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2013 年 4 月

论文答辩时间: 2013 年 6 月

学位授予日期: 2013 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2013 年 4 月

提升银泉汽车零部件出口竞争力的策略分析

李机灵

指导教师

戴亦一教授

厦门大学

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。
本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于
年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

论 文 摘 要

改革开放 30 多年来，在汽车整车及其售后配件市场的带动下，中国汽车零部件工业的发展脚步大大加快，整体实力大大增强，汽车零部件工业产值及出口总额屡屡创下新高。2005 年，中国汽车零部件对外贸易开始出现顺差。目前国内汽车零部件企业有 2 万多家，其中规模以上企业有将近 8000 家，企业间竞争日益激烈，面临着前所未有的挑战。特别是民营中小型汽车零部件企业，存在着低技术含量、低自主创新能力、低质量、低附加值、低利润、高耗能、高污染等问题。出口导向型汽车零部件企业的情况更加复杂，除了货币通胀导致制造成本上涨，人民币升值致使出口换回来的外汇不断贬值，还有国际市场日益加剧的竞争。因此，如何提升民营中小型汽车零部件企业的出口竞争力是一个具有现实意义的课题。

本文以银泉公司作为民营中小型汽车零部件生产企业的代表，首先在对国内外关于出口竞争力相关文献分析总结的基础上，通过对汽车零部件出口外部环境分析，银泉公司出口现状和出口竞争力影响因素分析，从 SWOT 视角全面客观审视银泉公司的内部优势、内部劣势、外部机会、外部威胁等变化因素，最终对银泉公司汽车零部件出口竞争力做出综合分析评估。并在前文研究分析的基础上，从市场定位、品牌培育、代理制、产品附加值、业务合作联盟、外贸整合营销六个方面，就如何提升银泉公司出口竞争力提出相关的策略建议，力求对民营中小型汽车零部件企业发展出口贸易起到参考借鉴及积极推动的作用。

关键词：汽车零部件；出口竞争力；策略分析

Abstract

More than 30 years of reform and opening up in China, driven by rapid development of auto OEM and spare parts market, Chinese auto spare parts industry develop faster and faster, the overall strength has been increasing, industrial output value has risen sharply, and total exports continues to hit record highs. Trade surplus has begun to emerge in Chinese auto spare parts industry since 2005. There are over 20,000 manufacturers in auto spare parts industry, but only nearly 8,000 of them are enterprises above designated size. Auto spare parts enterprises face much more challenges than ever before, their competitions are increasingly intense. There are many problems such as low technical level, low capacity for independent innovation, low quality, low added value, low margin, high energy consumption and high pollution. Auto spare parts export-oriented enterprises have more difficulties, including not only cost increase caused by inflation and RMB appreciation, but also the growing competition from overseas market. Therefore, how to improve the export competitiveness of small and medium-sized auto spare parts enterprises is a practical and significant project.

Based on a case study of Yinquan company, a representative of small and medium-sized auto spare parts enterprises, after reviewing, analyzing and summarizing related literatures of export competitiveness at home and abroad, the thesis first analyzes export macro-circumstances of auto spare parts, the status quo of export and influencing factors of export competitiveness in Yinquan company, then in the viewpoint of SWOT analysis, it objectively examines variable factors of Yinquan company in its entirety, such as internal strengths, internal weaknesses, external opportunities and external threats, and then a comprehensive analysis and assessment on the export competitiveness of auto spare parts in Yinquan company is presented. Finally, on the foundation of studying and analyzing in preceding paragraphs, it puts forward relevant approach and strategic suggestions to improve export competitiveness of auto spare parts in Yinquan company from the aspects of target market positioning, brand building, agency, value added products, business

development alliance, and foreign trade integrated marketing, in an attempt to provide helpful reference and positive impetuses to develop export business for small and medium-sized auto spare parts enterprises.

Key Words: Auto Spare Parts; Export Competitiveness; Strategic Analysis

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景及意义	1
第二节 研究方法和结构框架	2
第二章 出口竞争力理论综述	4
第一节 波特的国家竞争优势理论	4
第二节 出口竞争力水平的一般计算方法	7
第三节 国内外出口竞争力影响因素的研究	9
第三章 汽车零部件出口外部环境分析	14
第一节 汽车零部件行业出口概况	14
第二节 汽车零部件出口简要分析	16
第三节 汽车零部件出口企业面临的形势和挑战	19
第四章 银泉公司汽车零部件出口竞争力分析	24
第一节 银泉公司简介	24
第二节 银泉公司汽车零部件的出口现状分析	25
第三节 银泉公司汽车零部件出口竞争力影响因素分析	29
第四节 银泉公司汽车零部件出口贸易的 SWOT 分析	33
第五节 银泉公司汽车零部件出口竞争力的综合分析与评估	36
第五章 提升银泉汽车零部件出口竞争力的策略建议	38
第一节 准确定位目标市场	38
第二节 培育自身品牌	39
第三节 发展代理制	40
第四节 提高产品附加值	41
第五节 建立业务合作联盟	41

第六节 推广外贸整合营销.....	43
第六章 主要结论及不足.....	46
参考文献.....	47
后记.....	49

厦门大学博硕士论文摘要库

Contents

Chapter 1	Introduction.....	1
Section 1	Background and Significance.....	1
Section 2	Methodology and Framework.....	2
Chapter 2	The Theoretical Summary of Export Competitiveness at Home and Abroad.....	4
Section 1	Porter's Theory on The Competitive Advantage of Nations.....	4
Section 2	General Calculating Methods of the Export Competitiveness.....	7
Section 3	Research on Influencing Factors of Export Competitiveness.....	9
Chapter 3	Export Macro-Circumstances Analysis of Auto Spare Parts.....	14
Section 1	General Overview of Auto Spare Parts Industry.....	14
Section 2	Brief Analysis of Auto Spare Parts Export Status.....	16
Section 3	The Situation and Challenge Auto Spare Parts Export-Oriented Enterprises Face.....	19
Chapter 4	An Analysis of Export Competitiveness of Auto Spare Parts in Yinquan Company.....	24
Section 1	A Brief Introduction of Yinquan Company.....	24
Section 2	Status quo of Export of Auto Spare Parts in Yinquan company.....	25
Section 3	Analysis on Influencing Factors of Export Competitiveness in Yinquan Company.....	29
Section 4	SWOT Analysis on Export of Auto Spare Parts in Yinquan Company.....	33
Section 5	Comprehensive Analysis and Assessment on Export Competitiveness of Auto Spare Parts in Yinquan Company.....	36
Chapter 5	Strategic Suggestions to Improve Export Competitiveness	

of Auto Spare Parts in Yinquan Company.....	38
Section 1 Accurate Orientation of Target Market.....	38
Section 2 Cultivating and Developing own Brand.....	39
Section 3 Developing Agency.....	40
Section 4 Adding Value to Auto Spare Parts.....	41
Section 5 Establishing Business Development Alliance.....	41
Section 6 Popularizing Foreign Trade Integrated Marketing.....	43
Conclusion.....	46
Reference Books.....	47
Acknowledgements.....	49

第一章 绪论

本章主要介绍中国汽车零部件行业兴起的背景，以及在该背景下研究银泉公司出口竞争力的意义，并对研究的内容、方法、结构框架进行了归纳总结。

第一节 研究背景及意义

中国的工业基础落后，特别是汽车工业起步晚，水平低，技术落后，它的发展经历了从无到有、从小到大、逐步壮大直至快速发展的过程。改革开放 30 多年，特别是进入新世纪的 13 年，汽车工业以其生产率增长迅速、市场扩张能力强、产业关联度高、显著扩大就业与内需等卓越特点，已成为我国国民经济重要的支柱产业^①。在高速成长的汽车整车及其售后配件市场的带动下，中国汽车零部件工业的发展脚步大大加快，整体实力大大增强，汽车零部件工业产值及其出口总额屡屡创下新高。2005 年，中国汽车零部件贸易开始出现顺差。根据中国汽车工业协会统计，2012 年 1-9 月的汽车零部件进口 242 亿美元，零增长；而出口 438 亿美元，增长 13%，顺差 196 亿美元^②。

当前国内汽车零部件企业有 2 万多家，其中规模以上企业有将近 8000 家，这些企业产业分散，产品同质化严重且技术含量低，自主研发能力弱，尤其缺乏汽车主要总成和关键部件的核心技术^③。大部分民营中小型汽车零部件企业，都存在着低技术含量、低自主创新能力、低质量、低附加值、低利润、高耗能、高污染等问题，既没有国外先进汽车企业的技术支持，也没有雄厚的资金实力，与中外合资汽车零部件企业相比，差距明显。特别是出口导向型汽车零部件企业，由于通胀带来成本上涨，人民币一再升值，高成本的产品出去了，换回来的外汇却不断贬值，同时还要面对国际市场日益加剧的竞争。民营中小型汽车

① 望艳. 中国汽车零部件产品出口战略分析[J]. 湖北工业大学学报, 2010, (3).

② 资料来源:《中国汽车工业协会》统计.

③ 梁蕴升. 汽车零部件进出口平稳快速增长 2012 年上半年汽车零部件进出口分析[J]. 汽车与配件, 2012, (34).

零部件企业若要在激烈的国际市场竞争中稳步前进,就必须客观了解和分析我国汽车零部件行业发展过程中遇到的机遇和挑战,做到及时准确把握机遇,积极勇敢面对挑战,全面提升出口竞争力。因此,如何提升民营中小型汽车零部件企业的出口竞争力是一个具有现实研究意义的课题。

银泉汽车配件工业有限公司(以下简称“银泉公司”),成立于1994年,注册资金1500万人民币,专业生产钢板弹簧、U型螺栓这两项汽车零部件,产品大部分远销国外市场,属出口导向型企业。在国外市场强劲需求的拉动下,银泉公司近几年以平均超过28%的年增长率快速发展,2012年生产总值突破7700万元人民币,发展势头良好。可是,银泉公司同样存在着我国汽车零部件企业的先天不足与缺陷,面对风云变幻的国际市场,银泉公司应该采取哪些战略措施,如何扬长避短,抓住机遇,迎接挑战,建立起自身的竞争优势,如何扩大出口量,提高国际市场占有率,提升产品出口竞争力,在全球化的竞争中立于不败之地,将是本文探讨的主要内容和研究的主要目的。

第二节 研究方法和结构框架

本文的研究思路是以汽车零部件行业为背景,以银泉公司为研究对象,理论联系实际,在论述过程中,采用了波特的钻石模型、SWOT分析、市场营销等理论知识。根据汽车零部件行业相关数据以及银泉公司内部资料,进行定量与定性分析,研究分析银泉公司提升出口竞争力所应采取的相关策略。

本文把银泉公司作为民营中小型汽车零部件出口企业的代表,通过对汽车零部件出口外部环境分析,银泉公司出口现状分析和出口竞争力影响因素分析,从SWOT视角全面客观审视银泉公司的内部优势、内部劣势、外部机会、外部威胁等变化因素,最终对银泉公司汽车零部件出口竞争力做出综合分析 with 评估。并在前文研究分析的基础上,从市场定位、品牌培育、代理制、产品附加值、业务合作联盟、外贸整合营销六个方面,就如何提升银泉公司出口竞争力提出相关的策略建议,力求对中小型汽车零部件企业发展出口贸易起到参考借鉴及积极推动的作用。

本文第一部分,简要说明本文研究的背景及意义、研究内容、方法以及结

构框架，分析民营中小型汽车零部件企业的特点及其所面临的困境。

第二部分，出口竞争力理论综述，主要对出口竞争力理论的发展及其相关理论进行论述，以期为全文的分析奠定一个坚实的理论支持。

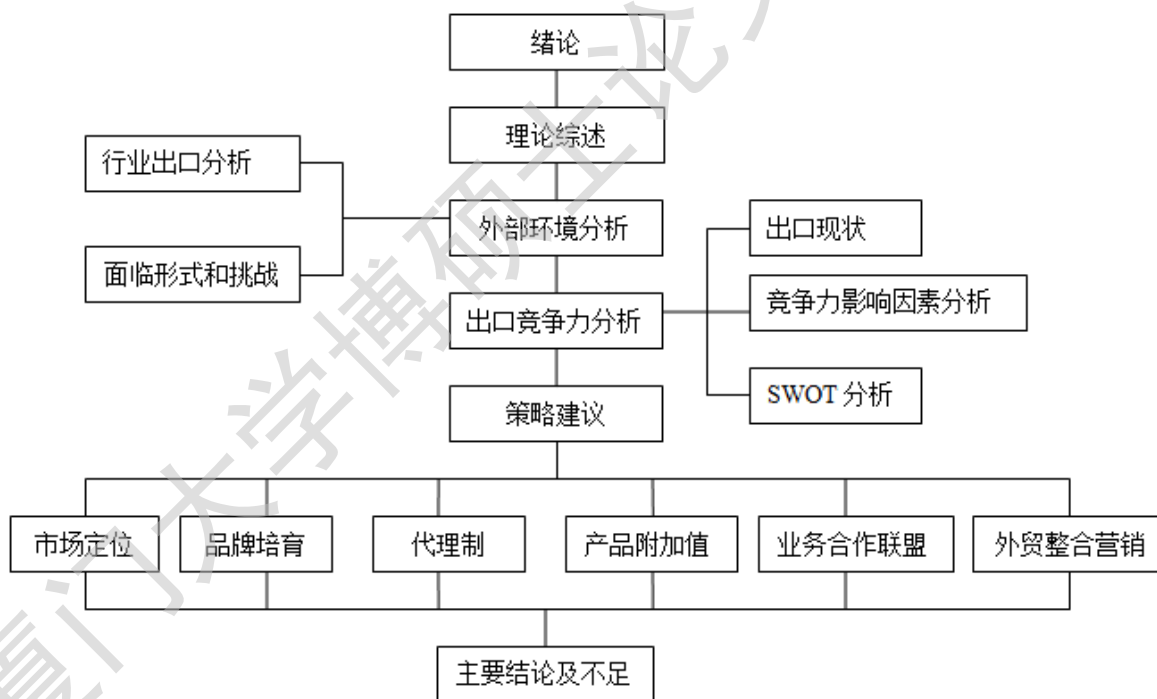
第三部分，分析我国汽车零部件出口企业总体概况及其所面临的形势和挑战，阐述银泉公司所处的汽车零部件行业出口外部环境。

第四部分，以银泉公司为例，研究分析银泉公司汽车零部件的出口竞争力。

第五部分，针对如何提升银泉公司出口竞争力，提出相关的策略建议。

最后，对本文进行归纳总结，提出需要进一步解决和完善的问题与不足。

图 1-1 本文结构框架



第二章 出口竞争力理论综述

为了帮助出口企业获得国际竞争优势，西方经济学界和管理学界很早就开始重视企业的出口竞争力研究，而国内的研究始于 20 世纪 90 年代后期，并随着我国对外贸易在国民经济中地位的日益上升而日渐增多，从而大大推动了出口竞争力理论的发展与创新。本章对国内外出口竞争力理论的发展及其相关理论进行论述，以期为全文的分析奠定一个坚实的理论基础。

第一节 波特的国家竞争优势理论

一、出口竞争力的概念

出口竞争力是一个国家技术水平、产业结构、生产率等综合国力的体现，目前国际上还没有一个确切的定义，从产业国际竞争力的定义可推断出口竞争力的概念为：出口竞争力是指在现有的宏观环境和产业发展水平上，在国外市场上以较低的产业（服务）成本和与众不同的产品（服务）特性来取得最佳市场份额和利润的能力^①。出口竞争力所要研究的主要问题就是一国商品或劳务如何发挥优势在国外市场立足并占领国外市场^②。

我们还可以从以下四个方面增强对出口竞争力概念的理解：

1. 出口竞争力是一个国家或地区以产品输出的形式所表现出来的参与国际竞争和国际分工的能力。
2. 出口竞争力的概念可以分为四个层次：国家（或地区）、行业、企业和产品。
3. 出口竞争力是一个相对的概念，不能只用本国的经济增长和出口额的增长速度来衡量，因为整个世界的经济都在发展。
4. 出口竞争力也不仅仅是由产品的价格和生产能力所确定的^③。

① 范桂玉. 我国纺织业国际竞争力分析[J]. 中国纺织出版社, 2004, (3).

② [美]迈克尔·波特. 国家竞争优势[M]. 北京: 华夏出版社, 2002.

③ 朱春奎. 产业竞争力评价方法与实证研究[D]. 华中科技大学博士学位论文, 2001.

二、出口竞争力的理论源泉

国际上最早涉及出口竞争力分析的是英国古典经济学家亚当·斯密。1776年，他在其著作《国富论》中提出了著名的绝对优势理论，他认为，国际分工是各种形式分工中的最高阶段，在国际分工基础上开展国际贸易，对各国都会产生良好效果。如果外国的产品比自己国内生产的要便宜，那么最好是输出在本国有利的生产条件下生产的产品，去交换外国的产品，而不要自己去生产。每一个国家都有生产某些特定产品的绝对有利的生产条件，如果每一个国家都按照其绝对有利的生产条件（即生产成本绝对低）去进行专业化生产，然后彼此进行交换，则对所有国家都是有利的，世界的财富也会因此而增加^①。一国生产某种商品的成本比其他国家绝对的低，该商品就可以出口，反之，若生产的成本比其他国家绝对的高，就应该从其他国家进口。绝对优势理论认为具有绝对成本优势的产品在国际贸易活动中具有竞争力。

绝对成本理论解决了具有不同优势的国家之间的分工和交换的合理性。但是，这只是国际贸易中的一种特例。如果一个国家在各方面都处于绝对的优势，而另一个国家在各方面则都处于劣势，那么它们应该怎么办？对此，亚当·斯密的绝对优势理论无法给出回答，这个问题的解决是大卫·李嘉图的功劳。比较优势理论认为，国际贸易的基础是生产技术的相对差别（而非绝对差别），以及由此产生的相对成本的差别。每个国家都应根据“两利相权取其重，两弊相权取其轻”的原则，集中生产并出口其具有“比较优势”的产品，进口其具有“比较劣势”的产品^②。李嘉图比较优势理论在更普遍的基础上解释了贸易产生的基础和贸易利得，大大发展了绝对优势贸易理论，解决了处于不同生产力水平的国家和地区，尤其是落后国家和地区，也能从国际分工和贸易活动中获得利益的问题。

俄林的要素禀赋理论认为，一个国家生产和出口那些需大量使用本国供给丰富的生产要素的产品，价格就低，因而有比较优势；相反，生产那些需大量使用本国稀缺的生产要素的产品，价格便贵，出口就不利。各国应尽可能利用供给丰富、价格便宜的生产要素，生产廉价产品输出，以交换别国价廉物美的

① 亚当·斯密. 国富论[M]. 中国华侨出版社, 2010.

② 李嘉图. 政治经济学及赋税原理[M]. 北方出版社, 2004.

商品。一旦两国间商品的价格差高出了运输成本后,商品就会从价格低廉的国家输往价格高昂的国家。因此,同种商品在不同国家的相对价格差异是国际贸易的直接基础,而价格差异则是由各国生产要素禀赋不同,从而要素相对价格不同决定的,所以要素禀赋不同是国际贸易产生的根本原因^①。要素禀赋的差异是竞争力的重要来源。

弗农从产品生命周期的角度阐述了国际贸易发生的原因。首先在新产品引入阶段,新产品创新国家在满足本国需求基础上,将产品出口到其他国家。其次在成长和成熟阶段,其他国家逐渐掌握生产技术,制造略有差别的产品,产品创新国逐渐丧失竞争优势,出口下降。最后在标准化阶段,随着技术发展和成熟,产品实现标准化,发展中国家以成本优势制造类似产品返销到产品创新国和其他市场^②。产品生命周期理论表明,发达国家或地区在新产品的创新与生产方面具有竞争力,而发展中国家或地区在生产技术已经标准化的那些产品领域具有竞争力。

亚当·斯密、李嘉图、俄林和弗农的国际贸易和国际分工理论虽然表述上各有不同,但其理论的基本点是一致的。他们都强调,各国间贸易和分工的基础是产品的价格差异,每一个国家都生产或出口自己具有优势(绝对优势或比较优势)的产品。这些构成了出口竞争力的理论源泉。

三、波特的国家竞争优势理论

美国哈佛商学院著名的战略管理学家迈克尔·波特在《国家竞争优势》一书,创造性地提出了著名的钻石模型,用于分析一个国家某种产业为什么会在国际上有较强的竞争力。以往的国际贸易理论仅仅说明了问题的一部分,它不能够解释在国际竞争中为什么有些国家会成功,而另一些国家则会失败。波特的研究表明,一个国家之所以在某一特定产业上能够获得成功,是由于以下四个方面的因素都有利于该产业的发展,这四方面因素是:(1)生产要素;(2)需求条件;(3)相关及支持产业;(4)企业战略、结构和同业竞争。这四个要素具有双向作用,形成钻石体系。此外,机会和政府政策是否有利于该产业也相当重要。波特选取一国的全球出口占有率前五十位的产业,作为该国最具国际主导地位的

^① 高鸿业. 西方经济学[M]. 中国人民大学出版社, 2011.

^② 高鸿业. 西方经济学[M]. 中国人民大学出版社, 2011.

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库